

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT**
(Studi Pada Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung)

SKRIPSI



Oleh:
Muhamad Syahrul Izam
201510160311436

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT
(Studi Pada Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:
Muhamad Syahrul Izam
201510160311436

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT (Studi pada pengunjung Pantai Gemah, Tulungagung)

Oleh :

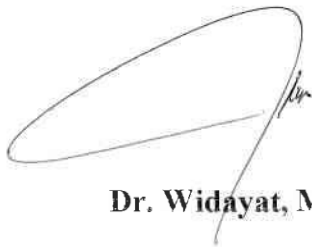
Muhamad Syahrul Izam

201510160311436

Malang, 14 Oktober 2019

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by a horizontal line and a small vertical stroke.

Dr. Widayat, MM

Pembimbing II

A handwritten signature in black ink, featuring the word 'Acc' followed by a stylized signature.

Dra. Sri Nastiti Andharini, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT

(Studi pada Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muhamad Syahrul Izam

NIM : 201510160311436

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 26 Oktober 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Penguji II : Dra. Dewi Nurjannah, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Widayat, M.M.

1.
2.
3.
4.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT (Studi pada Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung)

Oleh :

Muhamad Syahrul Izam

201510160311436

Diterima dan disetujui
pada tanggal 26 Oktober 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Widayat, M.M.

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,



Dr. Idris Zuhroh, M.M.



Dr. Marsudi, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Muhamad Syahrul Izam
NIM : 201510160311436
Program Studi : Manajemen
Surel : syahrulmhd96@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku.

Malang, 20 Oktober 2019
Yang Membuat Pernyataan



Muhamad Syahrul Izam

**THE INFLUENCE OF BRAND ADVERTISING AND IMAGE ON
CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON POCARI SWEAT PRODUCT
(Study of Tulungagung, Gemah Beach Visitors)**

Muhamad Syahrul Izam

*Management Study Program Faculty - of Economics and Business
University of Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang
E-mail: syahrulmhd96@gmail.com*

Abstract

This research aims to obtain tested about Simultaneous Effect of advertising and brand image on the purchase decision of Pocari Sweat isotonic drink products at Gemah Tulungagung Beach Tulungagung. Partial effect of advertising and brand image on consumer purchasing decisions of Pocari Sweat. The dependent variable in this study was the purchase decision, while the independent variables in this study were advertising and brand image. The type of data in this study is quantitative data. Data were collected by questionnaire method, then analyzed by multiple linear regression.

The results showed there was a positive and significant simultaneous effect of advertising and brand image on purchasing decisions, there was a positive and partially significant effect of advertising and brand image on the decision to purchase Pocari Sweat drinks at Gemah Tulungagung Beach.

Keywords: *Purchasing Decisions, Advertising and Brand Image.*

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK POCARI SWEAT**
(Studi Pada Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung)

Muhamad Syahrul Izam

Program Studi Manajemen - Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No, 246 Malang
E-mail : syahrulmhd96@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan yang teruji tentang Pengaruh secara simultan iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Pocari Sweat di Pantai Gemah Tulungagung. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah iklan dan citra merek. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data dikumpulkan dengan metode kuisioner, kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh simultan positif dan signifikan dari iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh parsial positif dari iklan dan citra merek terhadap keputusan untuk membeli minuman Pocari Sweat di Pantai Gemah Tulungagung.

Kata kunci : Keputusan pembelian, Iklan dan Citra Merek

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa atas berkat rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Pocari Sweat (Studi pada pengunjung wisata Pantai Gemah, Tulungagung)”. Penulismengucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, petunjuk serta masukan yang sangat bermanfaat dan dorongan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah membantu selama menyusun skripsi, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah menerima dan mengesahkan skripsi penulis.
2. Dr. Marsudi, M.M., selaku ketua program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang yang telah menerima dan mengesahkan skripsi penulis;
3. Dr. Widayat, MM, selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
4. Dra. Sri Nastiti Andharini, MM, selaku dosen pembimbing II dalam memberikan nasehat, saran dan waktu yang telah diberikan dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

5. Bapak dan Ibu Dosen maupun Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membimbing penulis selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan.

Ucapan terkhusus terima kasih oleh penulis disampaikan kepada:

1. Pengelola wisata Pantai Gemah Tulungagung yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Nurkasanah, selaku orang tua penulis yang selalu menjadi motivasi dan memberikan dukungan baik moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Afiq Faris Hamdani, teman dekat sejak kecil yang selalu memberikan dukungan moral, penyemangat, teman diskusi yang menyenangkan selama pengerjaan skripsi.
5. Dwi Septina, selaku teman dekat saya yang tidak pernah lelah mendampingi saya selama pengerjaan skripsi ini hingga selesai
6. Teman-teman manajemen angkatan 2015, yang selalu memberi dukungan moral, penyemangat dan menjadi teman diskusi dalam menyelesaikan skripsi.

Karya Tulis ini penulis persembahkan kepada siapapun yang membutuhkan sebagai bahan refrensi karya tulis maupun penelitian, dengan segala keterbatasan dan kekurangan penulisan maupun isi dalam penelitian ini penulis memohon maaf dan sangat berharap adanya kritik dan saran dari semua pihak sebagai penyempurnaan karya-karya penulis selanjutnya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian	5
BAB II. TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan penelitian terdahulu	7
B. Teori Dan Kajian Pustaka.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
a. Proses Keputusan Pembelian	9
2. Iklan	13
a. Tujuan Iklan	13
b. Media Periklanan.....	15
c. Atribut-atribut Periklanan	16
3. Citra Merek	17
a. Dimensi Citra Merek.....	20

C. Kerangka Pikir	20
D. Perumusan Hipotesis	21
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	24
B. Jenis Penelitian	24
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
1. Populasi	24
2. Sampel	25
D. Definisi Operasional Variabel	25
E. Jenis dan Sumber Data.....	27
F. Teknik Pengumpulan Data	27
G. Teknik Skala Pengukuran	28
H. Teknik Pengujian Instrumen.....	29
1. Uji Validitas.....	29
2. Uji Reliabilitas.....	29
I. Teknik Analisis Data	30
1. Uji Asumsi Klasik	30
a. Uji Normalitas	30
b. Uji Multikolinieritas	30
c. Uji Heteroskedastisitas	31
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
J. Uji Hipotesis	32

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian	35
B. Gambaran Karakteristik Responden	36
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
C. Distribusi Jawaban Responen	39
D. Pengujian Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	46
E. Uji Asumsi Klasik	47
F. Analisis Regresi Linier Berganda	50
G. Uji Hipotesis	51
H. Pembahasan	54

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	59
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>TOP Brand Index</i> Minuman Isotonik.....	3
Tabel 1.2 Daftar Wisata Pantai Terpopuler di Tulungagung	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	38
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Iklan	39
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Citra Merek	41
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian...	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser	49
Tabel 4.13 Koefisien Regresi.....	50
Tabel 4.14 Uji T Variabel Iklan	51
Tabel 4.15 Uji T Variabel Citra Merek	52
Tabel 4.16 Uji Simultan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Karakteristik Responden

Lampiran 3: Tabulasi Data Hasil Kuisisioner

Lampiran 4: Tabel Uji Validitas

Lampiran 5: Tabel Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Tabel Uji Normalitas

Lampiran 7: Tabel Uji Asumsi Klasik

Lampiran 8: Tabel Koefisien Regresi



DAFTAR PUSTAKA

- Aina, N. 2017, "Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kelurahan Mugirejo Kecamatan Sungai Pinang Samarinda". *eJournal administrasi bisnis*, Vol. 5, No. 1, hlm: 180-192.
- Alma, B. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Azmi, N. 2017. "Pengaruh Iklan televisi terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen eskrim magnum". *Jurnal manajemen dan organisasi*, Vol. 8, No. 2.
- Dewi, R.D., Hartono, S., Istiqomah. 2017. "Pengaruh iklan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman probiotik merek yakult" *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, Vol.1, No. 1.
- Ferdinand. A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Girsang, L. R. 2017. "Pengukuran efektivitas iklan (Studi komparasi iklan media cetak dan iklan media online). *Jurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 1, No. 2.
- Ghozali, H Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Iskandar, D.A,& Wulandari, R.D. 2018. " Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik". *Jurnal riset manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Vol. 3, No. 1, hlm: 11-18.
- Jayanti, R.D, & Zuhri, M.Z., 2017. "Analisis Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian MinumanTeh Pucuk Harum Pada Konsumen De Nala Foodcourt". *Jurnal EKSIS*, Vol.12, No. 1, hlm: 33-46.
- Jefkins, Frank. 2009. *Periklanan*. Edisi Ketiga. Jakarta : Erlangga
- Khusnaeni, N.L., Yulianto, Edy., Sunarti. 2017. "Pengaruh iklan terhadap sikap konsumen serta dampaknya pada keputusan pembelian". *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*, Vol. 47, No. 2.
- Keller, Kevin. 2013. *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*, Upper Sadle River, NJ Person Education Internasiona. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Phillip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P., Keller, K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. (edisi 13). Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., Keller, K.L., 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. (edisi 13). Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Armstrong. 2010. *Prinsip – prinsip pemasaran* (edisi 12 jilid II). Jakarta: Erlangga
- Nita, 2012. “Sejarah pocari sweat di Indonesia”.
<http://natnitnotes.blogspot.com/2012/02/sejarah-pocari-sweat-di-indonesia.html>. (diakses pada 29 April 2019)
- Peter, J.P., & Jerry C. Olson. 2004. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1, (Edisi Keenam). Jakarta: Erlangga
- Poluan, J.G., Lumintang, G.G., Untu, V.N. 2016. “Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola”. *Jurnal EMBA*. Vol. 4, No. 3.
- Prasetya, G.E., Yulianto, E., Sunarti. 2018. “Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian air mineral merek aqua”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 62, No. 2.
- Rachmadini, L. 2015. "Pengaruh citra merek, kemasan dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minuman isotonik mizone di Surabaya."
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. 2013. “Efektivitas iklan melalui jejaring sosial sebagai salah satu strategi pemasaran keripik pedas maicih”. *Jurnal manajemen*, Vol. 5.
- Shimp, T. A., 2003. *Advertising Promotion, Supplement Aspect of Integrate Marketing Communication*, The Dryden Press, Florida.
- Shimp, T. A., 2010. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan promosi*. Edisi 8. Jakarta : Salemba empat
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2013. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ventura, G. 2018. “Ketika Yui Oguri bintang iklan pocari sweat di Indonesia”.
<https://www.kaorinusantara.or.id/newslines/115991/ketika-yui-oguri-bintang-iklan-pocari-sweat-indonesia>. (diakses pada 29 April 2019).

Wibawa, K.A., Kirya, I.K., Suwenda, I.K. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor”. *eJurnal Bisma*, Vol. 4.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.

Yudha, T.K. 2015. “Pengaruh brand image minuman coca-cola terhadap keputusan pembelian konsumen”. Vol. 4, No. 1.



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang



Tanda Terima Cek Plagiasi

KODE

20
A

Tanggal:

12/11/2019

Nama : Muhamad Syahrul Izam

NIM : 201510160311438

Jurusan : MANAJEMEN

Naskah Publikasi : Lulus

Terjemahan Abstrak : Selesai



Lembaga Informasi dan Publikasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

Rima Dani Novita Sari



THE INFLUENCE OF BRAND ADVERTISING AND IMAGE ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON POCARI SWEAT PRODUCT (Study of Tulungagung, Gemah Becah Visitors)

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.unpas.ac.id

Internet Source

3%

2

www.scribd.com

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%